COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 4 novembre 2013

Mediametrie

L'audience de l'internet en France en septembre 2013

En route pour la rentrée

En septembre, les journées portes ouvertes et autres manifestations liées au secteur de l'automobile incitent les internautes à consulter massivement les sites des différents constructeurs. Ainsi, cette sous-catégorie affiche la meilleure progression entre août et septembre 2013 et compte plus de 7,3 millions d'internautes contre 4,4 un mois plus tôt.
Parmi les constructeurs, Renault se place en tête du classement en septembre avec une audience supérieure à 1,8 million de visiteurs uniques, suivi par les sites des marques Peugeot et Citroën.

Marques	Visiteurs Uniques Septembre 2013
Renault (B)	1 824 000
Peugeot (B)	1 483 000
Citroen (B)	1 207 000
Dacia (B)	740 000
Nissan(B)	733 000

A la rentrée, les internautes sont également particulièrement actifs sur les sites liés à la formation, l'éducation et sur les sites des universités. Ces 2 sous-catégories enregistrent les 2ème et 3ème plus fortes progressions entre août et septembre 2013 avec des audiences respectivement boostées de 53,9 % et de 50,9 % sur la période.

Sous-catégories	Visiteurs Uniques Août 2013	Visiteurs Uniques Septembre 2013	Evolution (%)
Constructeurs automobile	4 407 000	7 326 000	**66,2**
Formation / Education	9 439 000	14 526 000	**53,9**
Universités	8 686 000	13 106 000	**50,9**

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Septembre 2013 – Copyright Médiamétrie//NetRatings – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en septembre 2013

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois
1	Google	41 539 000
2	Microsoft	36 250 000
3	Facebook	29 859 000
4	Orange	22 446 000
5	Wikimedia Foundation	20 979 000
6	Solocal Group	19 854 000
7	CCM Benchmark Group	19 239 000
8	Groupe Lagardere	19 087 000
9	Vivendi	19 017 000
10	Schibsted	17 881 000
11	Iliad	17 309 000
12	WEB66	16 558 000
13	Yahoo!	16 216 000
14	PPR	15 840 000
15	Amazon	15 084 000
16	Groupe Figaro	13 530 000
17	Ebuzzing	12 928 000
18	auFeminin	12 916 000
19	Groupe TF1	12 251 000
20	Groupe Auchan	12 211 000
21	La Poste	11 714 000
22	Apple Computer	11 664 000
23	Prisma Media	11 651 000
24	M6	11 625 000
25	Groupe Credit Agricole	11 440 000
26	eBay	11 290 000
27	Ministere de l Education Nationale	10 894 000
28	InterActiveCorp	10 697 000
29	Dailymotion	10 056 000
30	Groupe Casino	10 002 000
31	Association VideoLAN	9 835 000
32	Gouvernement Francais	9 618 000
33	francetélévisions	9 603 000
34	Webedia	9 557 000
35	Le Monde	9 249 000
36	SNCF France	8 910 000
37	Next Radio TV	8 310 000
38	AlloCine	7 800 000
39	Meteo France	7 785 000
40	VEVO	7 720 000
41	PriceMinister	7 688 000
42	Roularta	7 682 000
43	Nouvel Observateur	7 666 000
44	Carrefour	7 637 000
45	Michelin	7 519 000
46	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	7 147 000
47	OTTO	7 024 000
48	SPIR	6 842 000
49	Oxygem Media	6 582 000
50	Societe Generale	6 291 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Septembre 2013 – Copyright Médiamétrie//NetRatings – Tous droits réservés

Le Top 30 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 429 000	16 424 000
2	Facebook	29 686 000	9 464 000
3	YouTube	27 120 000	5 319 000
4	Microsoft	25 376 000	3 749 000
5	Wikipedia	20 778 000	2 646 000
6	Windows Live	20 630 000	4 058 000
7	Orange - T	19 917 000	5 648 000
8	Leboncoin.fr - TS OJD	17 877 000	3 714 000
9	Free	16 632 000	2 598 000
10	PagesJaunes - TS OJD	16 390 000	1 661 000
11	Yahoo! - T	16 216 000	3 096 000
12	Skype	15 276 000	4 307 000
13	Amazon	14 863 000	1 707 000
14	auFeminin - TS	12 848 000	1 081 000
15	SFR	12 774 000	2 763 000
16	Blogger	11 729 000	1 075 000
17	Apple	11 664 000	1 303 000
18	OverBlog	10 946 000	976 000
19	CommentCaMarche - TS	10 133 000	741 000
20	Linternaute.com - TS	10 094 000	705 000
21	Dailymotion - TS	10 056 000	781 000
22	Le Figaro - TS OJD	10 034 000	948 000
23	Videolan	9 834 000	1 603 000
24	France Televisions - TS OJD	9 593 000	842 000
25	Outlook (Outlook.com)	9 303 000	2 195 000
26	Fnac	9 259 000	701 000
27	eBay	9 255 000	1 203 000
28	Cdiscount	9 062 000	698 000
29	Ask.com	8 932 000	825 000
30	MSN - T	8 867 000	1 534 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Septembre 2013 – Copyright Médiamétrie//NetRatings – Tous droits réservés

Le Top 50 des Sites supports de publicité souscripteurs du service

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 429 000	16 424 000
2	Facebook	29 686 000	9 464 000
3	YouTube	27 120 000	5 319 000
4	Windows Live	20 630 000	4 058 000
5	Orange - T	19 917 000	5 648 000
6	Leboncoin.fr - TS OJD	17 877 000	3 714 000
7	Free	16 632 000	2 598 000
8	PagesJaunes - TS OJD	16 390 000	1 661 000
9	Yahoo! - T	16 216 000	3 096 000
10	Skype	15 276 000	4 307 000
11	auFeminin - TS	12 848 000	1 081 000
12	SFR	12 774 000	2 763 000
13	CommentCaMarche - TS	10 133 000	741 000
14	Linternaute.com - TS	10 094 000	705 000
15	Dailymotion - TS	10 056 000	781 000
16	Le Figaro - TS OJD	10 034 000	948 000
17	France Televisions - TS OJD	9 593 000	842 000
18	Outlook (Outlook.com)	9 303 000	2 195 000
19	Fnac	9 259 000	701 000
20	eBay	9 255 000	1 203 000
21	Cdiscount	9 062 000	698 000
22	MSN - T	8 867 000	1 534 000
23	Le Monde / HuffingtonPost.fr - TS OJD	8 634 000	988 000
24	Doctissimo - TS OJD	8 152 000	595 000
25	AlloCine - TS	7 800 000	719 000
26	Meteo France - TS	7 785 000	1 064 000
27	Le Nouvel Observateur - TS OJD	7 666 000	685 000
28	Bing	7 518 000	971 000
29	Le Parisien - T	7 370 000	665 000
30	L Express.fr - TS OJD	7 237 000	508 000
31	TF1 / Wat - T	7 160 000	638 000
32	Mappy - TS OJD	6 724 000	441 000
33	Tele Loisirs - TS OJD	6 574 000	979 000
34	01net - TS	6 435 000	402 000
35	Voila - T	5 995 000	925 000
36	L Equipe - TS OJD	5 604 000	1 013 000
37	CANAL + - T	5 592 000	605 000
38	MyTF1 News / metronews.fr - T	5 533 000	474 000
39	Deezer	5 476 000	537 000
40	Skyrock - TS	5 385 000	510 000
41	20minutes.fr - TS OJD	5 356 000	466 000
42	Rue du Commerce	5 148 000	327 000
43	Jeuxvideo.com - TS OJD	4 873 000	689 000
44	Le Journal des Femmes - TS	4 790 000	262 000
45	LinkedIn	4 514 000	376 000
46	Femme Actuelle - TS OJD	4 200 000	241 000
47	LePoint - TS OJD	4 199 000	362 000
48	LeGuide.com	4 099 000	199 000
49	M6 - T	4 052 000	313 000
50	Clubic.com - TS	3 959 000	269 000

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Septembre 2013 – Copyright Médiamétrie//NetRatings – Tous droits réservés

Détail des co-brandings des marques présentes dans les classements sites

20minutes.fr : cuisine-annie.com ; mesnotices.fr ; lacuisinedannie.20minutes.fr

auFeminin : sante-az.com ; marmiton.org ; joyce.fr ; blog-cuisine.marmiton.org ; sante-az.aufeminin.com

Clubic.com : newsvortex.net

Femme Actuelle : prima.fr ; enfant.com ; hellocoton.fr ; matvpratique.com ; siandso.com

France Televisions : pluzz.fr ; meta-media.fr ; allodocteurs.fr ; dofus-la-serie.com

Free : devises.fr ; euroinvestor.fr

L Equipe : viewsurf.com ; privatesportshop.com

L Express.fr : lire.fr ; lentreprise.com ; votreargent.fr ; lexpansion.com ; lexpansion.cadremploi.fr ; votreargent.lexpress.fr ; lexpansion.lexpress.fr ; votreargent.lexpress.fr ; letudiant-emploi.fr ; letudiant.fr ; letudiant.maxicours.com ; pourseformer.fr ; lentreprise.lexpress.fr ; videdressing.lexpress.fr ; mieuxvivre.com

Le Figaro : blog.lefigaro.fr/sport24 ; rugby24.com ; sport24.com ; sport24.fr ; sport24.lefigaro.fr ; marine.meteoconsult.fr ; evene.fr ; leparticulier.fr ; boutique.jardiner-malin.fr ; www.jardiner-malin.fr ; communes.com

Le Monde / HuffingtonPost.fr : huffingtonpost.fr ; aujardin.info ; aujardin.org ; courrierinternational.com

Le Nouvel Observateur : challenges.fr ; sciencesetavenir.fr ; la-conjugaison.fr ; lettres-gratuites.com ; rue89.com ; sciences.nouvelobs.com

Le Parisien : cartesfrance.fr ; ptitchef.com

LePoint : argusdesmontres.com

Linternaute.com : copainsdavant.com ; copainsdavant.linternaute.com

M6 : incroyablemobile.fr ; absolumentstars.fr

Mappy : urbandive.com

MSN : m6.fr/emission-le_19_45/ ; m6.fr/mariage_charlene_et_albert/ ; m6.fr/presidentielle_2012etvous_le_direct ; m62012.fr ; m6actu.fr ; m6info.fr ; msn.easybourse.com/entretien ; msn.easybourse.com/interviewvideo ; msn.easybourse.com/le-mag-bourse.php ; msn.faireplaisiravecphilips.fr ; msn.les-bonnes-promos.com ; msn.logic-immo.com ; msn.partners-finances.com ; msnauto.hyperassur.com ; msnauto.lacentrale.fr ; msnauto.mazdacx5.fr ; msnauto.neowebcar.com ; msnauto.reserver1essai.com ; msnfinances.hyperassur.com ; rtl2012.fr ; msnauto.lacentrale.fr ; msnauto.aramisauto.com ; msnauto.assurland.com ; lacentrale.fr/msn/ ; msn.lacentrale.fr ; fr.encarta.msn.com ; msn.canalplay.com ; msn.toutelatele.com ; msn.guidetele.com ; paris-one.com ; paris-one.fr ; parisone.com ; parisone.fr ; pepsimedia.betwin.fr/msn/index_onglet.html ; pepsiworld.fr/index.php?msn=ok ; msn.dromadaire.fr ; msn1.dromadaire.fr ; msn.dvdrama.com ; serierama.com ; msn.yezorno.com/game ; homepage de msn.englishtown.fr ; msn.easybourse.com/meteobourse ; msnfinances.assurland.com ; msn.leguide.com ; msn.groupon.fr ; msn.labeauteenlive.com ; msn.lediet.fr ; msn.eurosport.fr/football/coupedumonde/2006

MyTF1 News / metronews.fr : leblogtvnews.com ; plurielles.fr ; lci.fr

OverBlog : erog.fr

PagesJaunes : pagesjaunes.notrefamille.com

TF1 / Wat : tf1.kelformation.com ; ushuaia.com ; grandjeuteleshopping.com ; video.eurosport.fr/wat/uservideos.shtml ; 12coupsdemidi.fr ; blog-tf1.over-blog.com ; automotocompare.fr ; jeu-jenny.automoto.fr

Yahoo! : *yahoo.monster.fr ; fr.yahoo.123envoiture.com ; Geocities.com ; yahoo.*bondyblog.fr ; flickr.com

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Septembre 2013 – Copyright Médiamétrie//NetRatings – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 22 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure Médiamétrie-eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).



A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero
Tél : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr